

Kundenbeispiel: Groz-Beckert und Limeade Engagement

Mehr Zusammenhalt mit der Mitarbeiter-App oneGB

limeade®

06.2020



ZUSAMMENHALT ERLEBEN

Information sofort und für alle, Wertschätzung und Fürsorge: Wie Groz-Beckert mit seiner Mitarbeiter-App „oneGB“ die interne Kommunikation digitalisiert, in Rekordzeit höchste Nutzerzahlen erreicht und den Zusammenhalt im Unternehmen in der Corona-Krise gestärkt hat.

Das Unternehmen: von Albstadt in die Welt

Ein Hidden Champion par excellence: Das traditionsreiche Familienunternehmen Groz-Beckert aus dem schwäbischen Albstadt ist der weltweit führende Hersteller von Maschinennadeln, Präzisionsteilen und Feinwerkzeugen für die Textilindustrie. 1852 gegründet, ist das Unternehmen in mehr als 150 Ländern aktiv und hat 2019 mit weltweit über 9.000 Mitarbeiter*innen 670 Millionen Euro Umsatz erwirtschaftet.

Die Unternehmenskultur ist geprägt von Wertschätzung und Verantwortungsgefühl für die Mitarbeiter*innen und ihre Angehörigen sowie einem starken Zusammenhalt. Typisch für Groz-Beckert ist eine sehr lange Betriebszugehörigkeit. Viele langjährige Beschäftigte fühlen sich persönlich für den Erhalt der Traditionen des Unternehmens und der hohen Qualität seiner filigranen Produkte verantwortlich.



Zentrale in Albstadt: Rund 50 Prozent der 2.200 Mitarbeiter*innen sind hier in der Produktion tätig und waren bislang nicht in digitale Kommunikationsstrukturen eingebunden.

DAS ZIEL

Ein digitales Tool für mehr Verbundenheit

Groz-Beckert suchte 2019 eine Lösung, um die interne Kommunikation zeitgemäß, einfacher und wirkungsvoller zu gestalten.

Im Wesentlichen ging es darum, die starke Mitarbeiterorientierung des Unternehmens ins digitale Zeitalter zu transportieren und die Beschäftigten noch direkter „mitzunehmen“ und einzubinden. Die gesamte Kommunikation sollte offener und transparenter werden, Informationen alle Mitarbeiter*innen ohne Zeitverlust erreichen.

Auch die Digitalisierung von HR-Prozessen war ein Ziel der Initiative. Konkret sollte das SAP-System des Unternehmens eingebunden werden, um den Mitarbeiter*innen auf einfachem Wege HR-Self-Services wie Urlaubsanträge und Zeiterfassung zur Verfügung zu stellen.

Groz-Beckert wollte künftig mobil mit den Mitarbeiter*innen kommunizieren, weil so alle Beschäftigten sofort und auf direktem Weg dieselben Informationen erhalten – auch außerhalb des Betriebsgeländes.





AUSGANGSLAGE UND ANBIETERWAHL

Die Produktionsmitarbeiter*innen waren zuvor kaum in die digitalen Kommunikationsstrukturen eingebunden. Informationen und Neuigkeiten wurden primär auf klassischem Weg und somit meist zeitverzögert geteilt – durch Vorgesetzte, Aushänge oder Flyer.

Am Standort Albstadt, wo die neue Lösung zuerst ausgerollt werden sollte, betraf dieses Problem rund 50 Prozent der Mitarbeiter*innen.

Zunächst eine Herausforderung war die stark eingeschränkte Nutzung von Smartphones in weiten Teilen des Werksgeländes von Groz-Beckert.

Entscheidung nach Test unter Realbedingungen

Einer Empfehlung folgend, sahen sich die Projektverantwortlichen Limeade genau an. Das Team aus Vertreter*innen von HR, Unternehmenskommunikation und IT prüfte aber auch andere etablierte Anbieter von Mitarbeiter-Apps. Mit Limeade Engagement wählte Groz-Beckert schließlich eine Lösung, die schnell einsetzbar und gleichzeitig skalierbar ist und die Anforderungen der HR-Abteilung genauso erfüllt wie die der internen Kommunikation.

Die Entscheidung fiel nicht nur wegen der Produkteigenschaften, sondern auch aufgrund der starken Lösungsorientiertheit des Limeade-Teams. Besonders überzeugte die sehr schnell für Groz-Beckert gebrandete und zugeschnittene Testversion. Damit konnte das Unternehmen die App unter Realbedingungen ausprobieren, was rasch zu einer großen Vertrautheit mit der Anwendung führte.

Das Team von Limeade war direkt und unkompliziert, hielt sich nicht mit Vertriebszauber auf und suchte unmittelbar praktische Lösungen.

— Alexandra Bartsch, HR Manager bei Groz-Beckert



PILOTPHASE UND LAUNCH

Ab Ende Oktober 2019 wurde Limeade Engagement an die Spezifikationen des Unternehmens angepasst. Eine Gruppe von 200 Pilotanwender*innen testete die App anschließend und machte sie im Unternehmen bekannt.

Schon Ende Januar 2020 schaltete Groz-Beckert die App unter dem Namen „oneGB“ für alle Angestellten in der Firmenzentrale in Albstadt frei. Bei mehreren Onboarding-Veranstaltungen wurden die Nutzer*innen mit der App vertraut gemacht. Die Mitarbeiter*innen, die bis zu diesem Zeitpunkt noch nicht in die digitalen Kommunikationsstrukturen eingebunden waren, erhielten ihre Zugangsdaten auf Papier.

Inhalte mit hohem Nutzwert

Zu den besonders häufig aufgerufenen Inhalten gehören die regelmäßigen Nachrichten aus der Unternehmensführung und der Speiseplan der Kantine, aber auch IT-Tipps, Neuigkeiten aus dem Personalbereich sowie Informationen zum Standort Albstadt und des Betriebsrats.

Verantwortliche Redakteure sind die Abteilungen selbst. Sogar die Azubis haben ihren eigenen Infokanal in der App. Zudem wurde die App mit dem SAP-System von Groz-Beckert verknüpft.



Bewährung in der Corona-Krise

Der Start von oneGB fiel mit der Corona-Krise zusammen. Mit der App hatte das Unternehmen eine Kommunikationsplattform, über die alle Mitarbeiter*innen unmittelbar Informationen über Entscheidungen und Maßnahmen erhalten konnten. Einige Bereiche nutzten auch die Chat-Funktion, um sich abzustimmen und auszutauschen – sehr praktisch gerade bei unterschiedlichen Schichten und Homeoffice.

Jede Mitteilung des Krisenstabs wird umgehend auf oneGB veröffentlicht. So wurde die App schnell zum führenden Kommunikationsmittel.

Wir sind begeistert, wie schnell die Umsetzung abgelaufen ist – und wie gut das Konzept funktioniert. Ein großer Pluspunkt für uns ist, dass wir einfach eigene Micro-Apps erstellen und ändern können, ohne die App neu generieren zu müssen. Dadurch können auch interne Systeme und Services direkt und zeitnah angebunden werden.



— Robert Zobel, Softwareentwickler bei Groz-Beckert

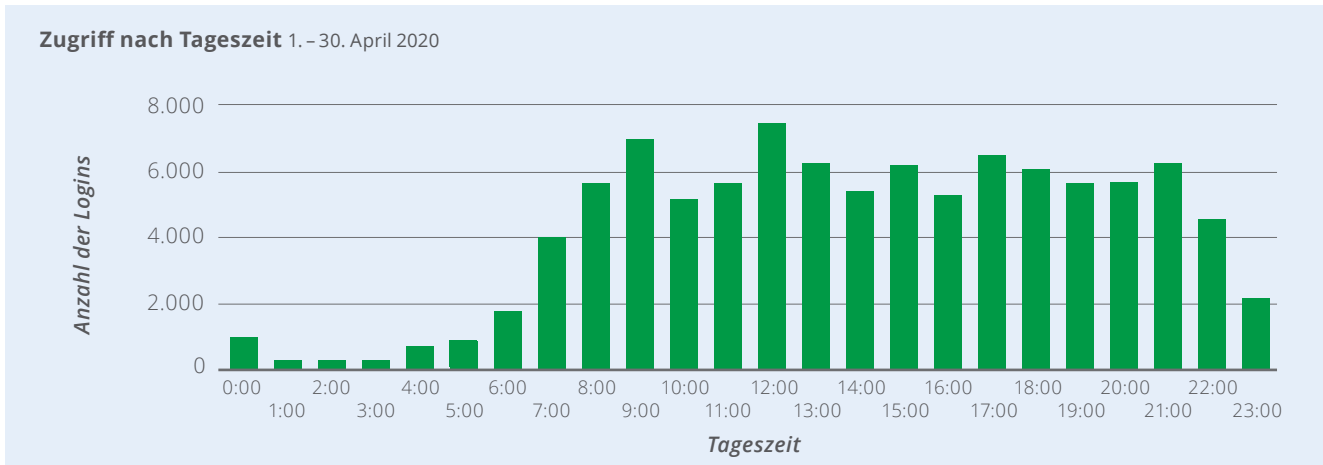
ERSTE ERGEBNISSE

oneGB in Zahlen

Innerhalb von 90 Tagen meldeten sich 65 Prozent der 2.200 Beschäftigten in Albstadt an. Die Nutzungsquote über 7 Tage (Weekly Active User – WAU) lag im vierten Monat bei 90 Prozent. Schon nach kurzer Zeit gab es erste Feedbacks in der App und Reaktionen auf Posts – mit steigender Tendenz.

Im Laufe des Jahres 2020 will Groz-Beckert oneGB an weiteren deutschen Standorten ausrollen, anschließend sollen die internationalen Standorte folgen.

Hohe Nutzungszahlen in kurzer Zeit



Die Nutzer*innen greifen den ganzen Tag bis spät in die Nacht auf die App zu.

65%

meldeten sich **innerhalb der ersten 90 Tage** nach Einführung an.

90%

aktive wöchentliche Nutzer (WAU – weekly active user).

78%

nutzen die App an mindestens **21 von 30 Tagen**.

ERFOLGSFAKTOREN

Mehrere Faktoren haben zur schnellen Implementierung von Limeade Engagement bei Groz-Beckert, der hohen Akzeptanz bei der Belegschaft in kurzer Zeit und den exzellenten Nutzungsquoten von oneGB beigetragen.



1. Inhalte mit Mehrwert

Die App enthielt von Anfang an verschiedene HR-Prozesse wie Zeiterfassung und Urlaubsinformationen. Zudem bietet die App allseits beliebte Themen wie den Speiseplan der Kantine. Ab März spielte die Kommunikation zum Umgang mit der Corona-Krise eine wichtige Rolle.

2. Alle Stakeholder an Bord

Die Digitalisierung der internen Kommunikation war ausdrücklicher Wunsch der Unternehmensleitung. Das Projekt erhielt die uneingeschränkte Unterstützung der beteiligten Fachabteilungen: HR, Unternehmenskommunikation und IT arbeiteten Hand in Hand mit dem Betriebsrat und den Datenschutzverantwortlichen.

3. Sorgfältige Vorbereitung

- Klare Zuständigkeiten bildeten die Basis für eine hervorragende Zusammenarbeit mit den Expert*innen von Limeade.
- Eine für Groz-Beckert gebrandete Testversion erlaubte frühzeitig eine gründliche Erprobung unter Realbedingungen.
- Die Pilotanwender*innen gaben nicht nur wertvolles Feedback, sondern wurden von der Projektleitung auch darum gebeten, bei ihren Kolleg*innen aktiv für die Nutzung der App zu werben. Dieser Bitte kamen viele nach.
- Bei mehreren Onboarding-Veranstaltungen lernten die Mitarbeiter*innen die App kennen und bekamen Antworten auf ihre Fragen, zum Beispiel zum Datenschutz.
- Groz-Beckert gestattet die Nutzung von Mobilgeräten an ausgewiesenen Orten wie Pausenräumen, Kantine und Außengelände.

Angesichts der Corona-Krise hätte uns nichts Besseres passieren können als oneGB im Einsatz zu haben. Dank der App können wir wichtige Informationen und Entscheidungen direkt und ohne zeitliche Verzögerungen an alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weitergeben. Zudem haben die Kolleginnen und Kollegen die Möglichkeit Feedback zu geben und Fragen zu stellen – alles ohne Medienbruch und zeitliche Verzögerungen.

— Birte Kleefisch, Leiterin Unternehmenskommunikation bei Groz-Beckert

Über Limeade

Mit Limeade zeigen Unternehmen ihren Mitarbeiter*innen, dass sie für sie da sind. Limeade bietet einen ganzheitlichen Ansatz zur Verbesserung der Employee Experience – mit speziell auf Ihr Unternehmen zugeschnittenen Lösungen zur Förderung von Mitarbeiter-Engagement, Well-Being sowie einer vielfältigen und offenen Unternehmenskultur.

Mit der mobil-optimierten Limeade Plattform erreichen Sie alle Mitarbeiter*innen, binden sie über News, Umfragen, Aktivitäten sowie Programme ein und vereinfachen den Zugang zu Ressourcen und Prozessen in einer nutzerfreundlichen Anwendung.

Der Limeade Plattform vertrauen über zwei Millionen Menschen in mehr als 200 Unternehmen weltweit, darunter Microsoft, thyssenkrupp, Otto Group, State of Washington, Dr. Oetker und American Airlines.

Sprechen Sie uns an und erfahren Sie mehr:
www.limeade.de



limeade®

